

# 百貨店業界における経営施策が業績に及ぼす影響のシステムダイナミクスモデリング

System Dynamics Modeling the Impacts of Management Policies on Business Performance in Department Store Industry

比留川達也 (東京都市大学) 岡田公治 (東京都市大学)

## 1. 背景および目的

近年、ショッピングモールやコンビニエンスストアと比べ百貨店業界は低迷しているが、その中でも百貨店企業の業績推移には違いがみられる。そこで、百貨店企業の主軸である衣料品売場に着眼し、経営施策の違いが業績に及ぼす影響をシステムダイナミクスモデリングすることで、百貨店業界に働いている動的メカニズムを明らかにする。

## 2. モデルの構築

文献調査に基づき、百貨店業界に働くメカニズムを仮説として想定し、それを表現するシステムダイナミクスモデルを構築

### 1 経営施策

#### 価格帯に関する施策

##### 低価格化施策

一般顧客層の取込みを狙い、低価格ブランドを導入

#### 売場割合に関する施策

##### テナント施策

インショップからテナントにシフト、正社員を削減

##### 自主売場施策

インショップから自主売場にシフト、正社員を強化

### 売場形態別特徴

	自主売場	インショップ	テナント
仕入販売の遂行	百貨店	概ね納入業者	納入業者
店頭での売上	百貨店が計上	百貨店が計上	納入業者が計上
売れ残り等リスク	百貨店が負う	納入業者が負う	納入業者が負う
百貨店の粗利益	大	中	小
百貨店から見た特徴	機会損失や売れ残りリスクがあるが収益が大きい	リスクを回避できるがその分、収益は少ない	売場自体の収益は少ないが、低コストで集客できる

### 2 売場モデル

### 3 価格モデル

経営施策により、3種類の顧客集客力が変化

#### 顧客集客力の種類

ブランド力	自主売場やインショップの魅力
価格力	陳列商品の値ごろ感 (原価に対する売価の魅力)
テナント力	自主売場やインショップへの買い回り期待度

### 4 顧客モデル

顧客集客力等により、流出入

富裕層	ロイヤルカスタマー	一般層	百貨店に馴染みのない客
客単価高い		客単価低い	
流出入穏やか		流出入激しい	

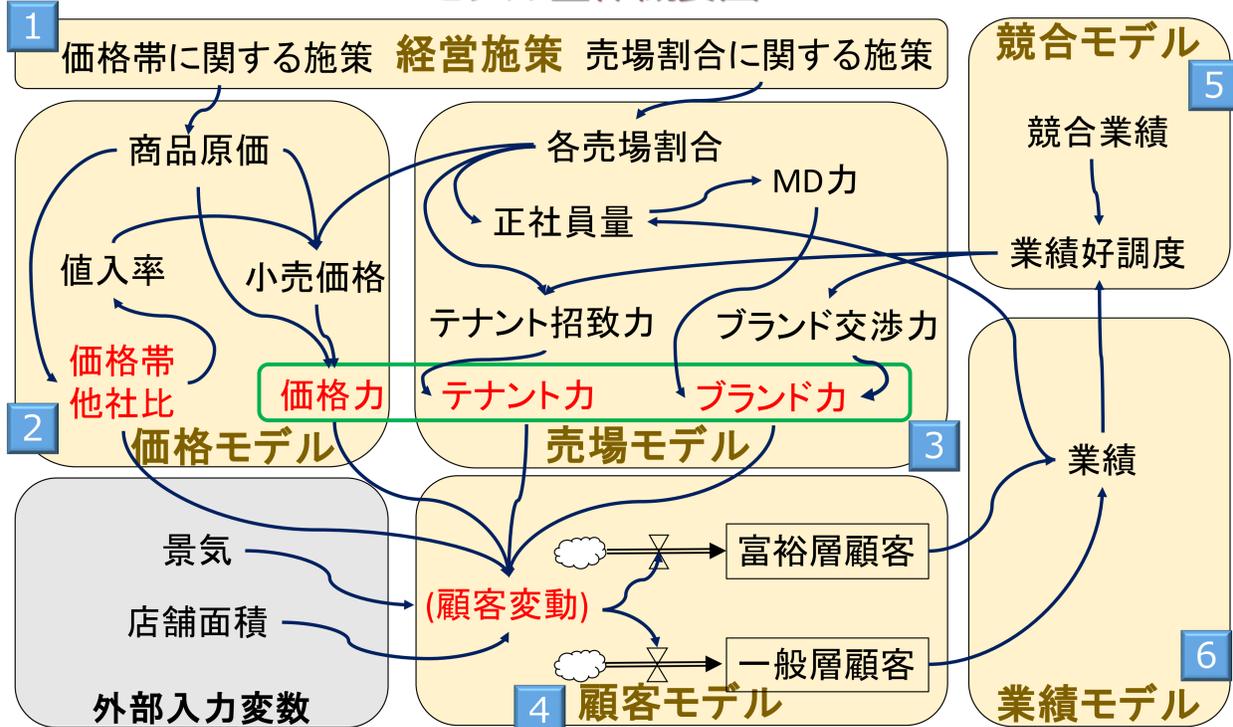
### 5 競合モデル

競合企業を現状維持(経営施策)でと表現

### 6 業績モデル

売上高、営業利益等、対象企業の業績を算出

### モデル全体概要図



## 3. シミュレーション結果

### 経営施策による百貨店タイプ分け

文献調査に基づき経営施策の実施状況から実企業を分類

脱百貨店型 ... 大丸松坂屋百貨店 (J.フロントリテーリング)

原点回帰型 ... 三越伊勢丹百貨店

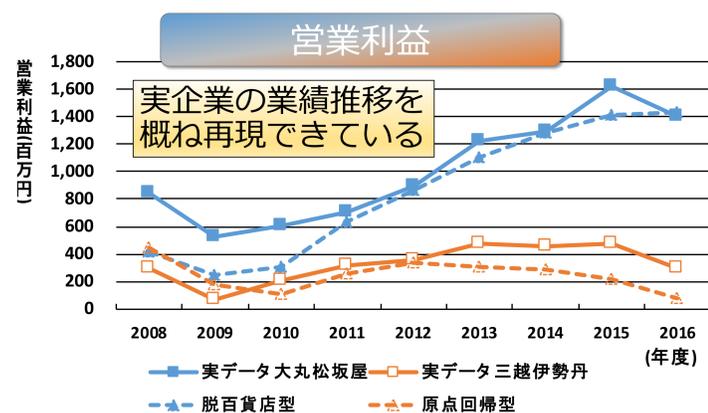
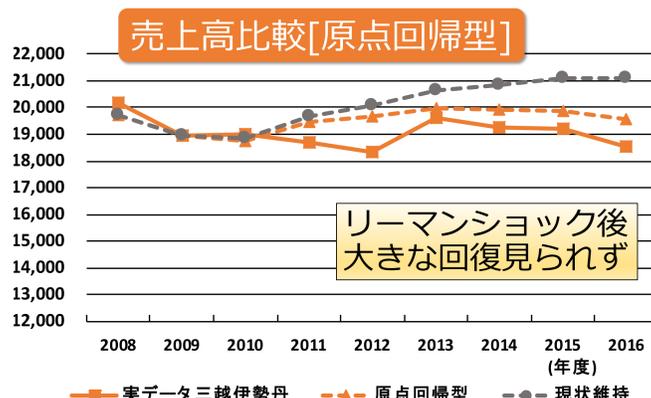
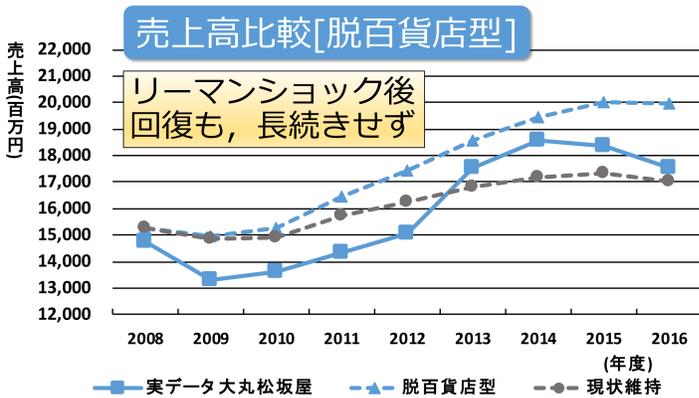
	テナント施策	自主売場施策	低価格施策
脱百貨店型	有	無	有
原点回帰型	無	有	無

### 百貨店タイプ毎のシミュレーションパラメータの設定

文献調査に基づきシミュレーションパラメータの値を決定

	テナント割合	自主売場割合	インショップ割合	価格帯商品原価(円)
脱百貨店型	0.10 → 0.40	0.15 → 0.10	0.75 → 0.50	6,000 → 5,320
原点回帰型	0.10 → 0.05	0.15 → 0.25	0.75 → 0.70	6,000 → 6,680

### シミュレーション結果と現実の比較



## 4. 結論

百貨店業界における企業の経営施策が業績に及ぼす影響のメカニズムを仮説として想定し、システムダイナミクスモデルを構築した。売場割合施策と価格帯施策に着目し、脱百貨店型と原点回帰型に分類してシミュレーションを行った結果、どちらもいずれかのタイミングで業績が落ち込む挙動が再現でき、百貨店業界に働いていた動的メカニズムを確認できたと考える。